# 若者の緑茶消費に関するテキストマイニングを用いた調査

A text mining survey of green tea consumption by young people

牧　野　　耀
MAKINO Hikaru

岸　本　秀　一
KISHIMOTO Hidekazu

〈要　旨〉

緑茶は日本で古くから飲用されてきた飲料であるが，急須で入れた緑茶の年間支出額は減少傾向にあり，大きな変化をしている。そこで若者が急須で入れた緑茶についてどのような意識をもっているのかを飲用実態とともに調査し，今後の市場拡大の可能性を探索することを目的とした。調査は大学生216名を対象に質問票により実施した。各質問については単純集計を行ったほか，記述方式の質問についてはKH Coderによるテキストマイニングでの解析も行った。

急須について知っているかどうかについては「知っている」は90%以上であるが，半数以上の家庭で持たれていなかった。タイプ別ではペットボトルの緑茶を飲む割合は70%を超え，急須で入れた緑茶は20%を満たない結果となった。更に急須で入れた緑茶を飲む頻度については，「ほとんど飲まない」が73.1%を占め，「月に1～2回」15.7%が続くが，「毎日飲む」という回答も3.2%あった。

テキストマイニングでの分析で，頻出形容詞として，急須で入れた緑茶では，「古い」「深い」「懐かしい」「少ない」「難しい」「堅い」「面倒くさい」があらわれた。一方で，緑茶飲料のみで見られたのは「冷たい」「多い」「早い」「軽い」「新しい」「甘い」「手軽」である。

また，急須で入れた緑茶のイメージに関する共起ネットワーク分析からは，「美味しい」と「苦い」や「暖かい」,「渋い」が結びついている。また,「趣」や「美しい」,「深い」,「和風」など，日本の伝統や文化に関するものに関連しており，ペットボトル飲料とは異なるイメージも持たれていることがわかった。

〈キーワード〉
緑茶　急須　日本文化　テキストマイニング　KH Coder

## 1．はじめに

日本では食に関して古くから生活の中に溶け込んで，普及しているものが多くある。

近年に普及してきたものもあるが，その多くは古くから先人により伝えられてきたものである。しかし，戦後の食の欧米化，生活様式の変化により食習慣そのものと食習慣に関する意識も変化してきている。

緑茶は日本で古くから飲用されてきた飲料である。しかしながら，現代では，緑茶飲料の1世帯当たりの年間支出額は年々増加しているのに対し，急須で入れた緑茶の年間支出額は減少傾向である[1]。緑茶飲料として代表的なペットボトル緑茶は，現在人のニーズを捉え，上手く生活の中に溶け込んでいる。同じ緑茶であっても飲用スタイルが異なると真逆の傾

[1] 1世帯当たりの年間支出額は，総務省家計調査より。緑茶に関する各種動向は，岸本・牧野（2022）を参照。

向を示す現象から，食品と行動様式の適合の重大さが推察される。これを考慮したとき，伝統食の継承において，伝統食の良さを認識してもらうことだけでは不十分である可能性がある。伝統食や伝統の飲用スタイルがどう現代の行動様式と適合しうるかを検討する必要がある。

本研究では，「急須で入れた緑茶」のことを，「急須緑茶」と表記する。ペットボトルやティーパック，その他の緑茶をまとめて指すときは「緑茶飲料」とし，ペットボトルの緑茶のことを特に言及する際は，「ペットボトル緑茶」と区別することとする。

そこで本研究では，現代の行動様式において，若者が急須緑茶をどのように飲用しているのか調査する。そして，急須緑茶の今後の可能性を探索することを目的とする。

本研究の流れは次の通りである。まず，2章において伝統食品と現代人の意識について，そして緑茶の飲用習慣に関するレビューを行う。3章では，質問票調査と自由記述のテキストマイニングにより，急須緑茶のイメージ，飲用場面，飲用理由を分析する。4章では，現代の行動様式における緑茶の可能性について考察し，5章でまとめとする。質問票調査では，単純集計によって若者の緑茶消費の全体傾向を把握する。それに加えて，テキストマイニング分析での急須と緑茶飲料のイメージに関する頻出語の比較によって固有のイメージと共有のイメージを明確にする。共起ネットワーク分析によって，若者が急須緑茶に対して取っている飲用行動と生活との結びつきをより具体的に捉える。テキストマイニングとは統計的にテキストを分析する手法のことで，大量のテキストの内容を把握したいときに，分析する人の主観に影響されにくく，正確にデータ全体の傾向をつかめる利点がある方法である（樋口・中村・周，2022）。

## 2．文献レビュー

### 2.1．伝統食品と現代人の意識

緑茶の飲用の習慣は，かつての日本人や日本人の家庭ということに焦点を当てれば，和食においてなくてはならないものであったであろう。和食は日本人の伝統的な食文化として，ユネスコの無形文化遺産に登録されるなど世界に知られている。しかし，我が国の食文化は海外の文化の影響を受ける等して時代とともに変化しつづけ，保護・継承が試みられている。和食という言葉は広い範囲をカバーするがその意識・実態の調査について，ここでは「伝統」をキーワードとして，年中行事に関わる伝統食と日常の食に関する意識・実態の変化の調査についてみていこう。

亘理・吉中・岩倉・綿（1981）は，年中行事に注目した日本の食習慣について調査している。彼らは変化していく食習慣のなかで，祝い事に特化した伝統的な料理に注目してその実施の実態を調査した。その結果，行事の対象が家庭内の人間である場合，例えば家族の誕生日，端午の節句，桃の節句，入学，卒業，七五三，敬老の日などには行事食の実施率が高い。また。大晦日の年越そば，クリスマスのケーキ，彼岸のおはぎなど，行事に特定の食が決まっている場合も実施率が高い。行事食の内容では従来からの餅類，麺類，赤飯，すし類が多く用いられる一方で，本人の好物や洋風嗜好のものも取り入れられてきているという[2]。

伝統的な郷土料理に関してもその意識の変化について報告がある。石川・北村・加藤（2003）は富山県の大学生を対象に郷土料理に関しての意識を調査した。「郷土料理は伝えて行くべき」と回答した男子は約90%，女子97%であり，郷土料理についてのイメージとしては，「健康的」「おいしさ」が高い評価を得ている。しかし，実際に家庭における郷土料理の有無については，男子約23%，女子約36%が「あり」と回答したにとどまり，祖父母・父母などが同居の場合，あるいは，行事を通して郷土料理が伝承される傾向がみられるという[3]。

この研究にみられるように年中の行事に関わる食についてはその詳細は変化しているが，以前としてその習慣が根強く残っている。

緑茶は特別なものではなく日常に飲用されるものである。そのような意味で，日常に関わる食の意識の変化についてはどうであろうか。

細川（2012）は入学直後の短大生を対象に家庭での食事の傾向を調査した。細川によれば和食と言う言葉は西洋料理や洋食に対する言葉で，その基本型は一汁三菜にみられるようにご飯とおかずがベースにあるという。学生がメニューにかかわらずごはんとおかずからなる，いわゆる和食のスタイルの食事をしているかという割合は47.5%と半数未満であった。

---

[2] 亘理・吉中・岩倉・綿（1981）より。
[3] 石川・北村・加藤（2003）より。

主食のない夕食10.8%や欠食もみられ，約1割は1日に一度も米を口にしてないと報告している[4]。

深澤・関戸（2021）は日本型食生活について，短大生を対象に意識や実際の食生活状況を調査した。その結果は日本型食生活のイメージは健康的80.7%，和食44.8%であり，また，日本型食生活の具体的な実践内容はご飯を主食として多様な食材を組み合わせる45.1%，旬の食材を活用する38%であるが，家庭で受け継がれてきた料理を作るに関して26.5%，行事食を食生活に取り入れている20.6%にとどまっている[5]。

### 2.2. 緑茶の飲用習慣について

前述のように日常の和食のスタイルも変化しいていることがうかがえるが，日常の生活で飲み物に関する習慣の変化，その中での緑茶の飲用に関する変化についてはどうであろうか。

これらについてレビューを行う前に，緑茶，特に急須で入れて飲む習慣について歴史的な背景をたどっていこう。

日本に初めてお茶を伝えたのは，平安時代の最澄，空海らの遣唐使だと考えられている。この頃の茶は非常に貴重で天皇，貴族，高僧の間のみで普及した。その後，臨済宗の開祖栄西は『喫茶養生記』で，お茶の種類や抹茶の製法，薬効などを説き茶栽培が広まっていった[6]。

お茶は茶の湯として，15世紀から16世紀にかけて千利休らによって完成される。これらは茶粉末の茶に湯を入れて茶筅（ちゃせん）で攪拌する点茶法である[7]。

茶葉にお湯を注いでお茶をいれるという方法の先駆けとなったのは，1654年中国・福建省福清から渡来した隠元禅師がもたらした淹茶（えんちゃ）法である。淹茶法は茶葉を湯に浸しそのエキスを飲むことを特徴とする明風の喫茶法である。隠元の茶について橋本は「鍋で炒る」と「揉む」工程を相互に行い製茶した「釜炒り茶」と同様のものではないかと述べている[8]。

そして江戸時代中期に煎茶の製法が大きく進歩する。宇治田原湯屋谷の茶業家永谷宗円が1738年に完成したと伝えられる宇治製煎茶法の発明である。宇治製煎茶法とは，茶葉を摘んですぐに蒸し，焙炉の上で揉みながら乾燥させるものである。優れた技術は，日本全国の茶園に広がり日本の茶の主流となり，茶葉にお湯で注いで入れる煎茶の飲用の習慣がまず江戸で普及しその後幕末までに全国に普及し定着していく[9]。

明治，大正，昭和を通じて，急須緑茶は日本人の生活に深く溶け込み，のどの渇きをいやす飲み物であるとともに，和食と一緒に飲まれるものであった。本田は，急須緑茶が家族団欒とも密接につながる飲み物でもあることも述べている[10]。

そのような緑茶の喫茶の習慣や意識調査についてもいくつかが報告されている。

関・加藤・岩瀬・君羅・高橋・飯樋・赤羽（1997）は1992年の首都圏を中心とした飲み物の実態調査を行い，女子学生の緑茶摂取量はその両親の摂取量より減少していると報告している[11]。また，原田・関口・加藤・東・斉藤・下川・五十嵐・副島・三石・高木（1998）は，1994年の東京都市近郊の女子学生ではその両親に比べると多種多様の飲料を摂取する傾向があり，緑茶摂取はその習慣性に大きく左右されることを報告している[12]。早川・前田・野呂・南・日比・田村（2002）は，1988年と200年から2001年という2つの期間と滋賀県，阪神地区，鹿児島県という三つの地域の女子学生を対象に飲料の飲用実態を調査した。結果として，緑茶，麦茶，ウーロン茶の飲用が増加したことなど，三つの地区すべてで飲用習慣が様々に変化していることが明らかになった。その中で2000年代では1988年に比べ，おしゃべりタイムや来客時の飲み物として，緑茶のイメージは三つの地区とも減少する傾向にあることを報告している[13]。

緑茶の飲用に関して，細川（2020）の報告がある。この報告では学生は緑茶，緑茶飲料を好み，日常的に親しんでおり，その理由として「好きだから」「習慣になっているから」のほか，「食事に合うから」「健康によいと思うから」「気分

---

[4] 細川（2012）より。
[5] 深澤・関戸（2021）より。
[6] 伊藤園公式ホームページ「日本でのお茶の歴史」より。
[7] 木村栄美（2016）より。
[8] 橋本素子（2016）より。
[9] 吉村・若原（1984）より。
[10] 本田・足立（1989）より。
[11] 関・加藤・岩瀬・君羅・高橋・飯樋・赤羽（1997）より。
[12] 原田・関口・加藤・東・斉藤・下川・五十嵐・副島・三石・高木（1998）より。
[13] 早川・前田・野呂・南・日比・田村（2002）より。

が落ち着くから」と捉えている。しかし，季節にかかわらず，その飲用形態は緑茶飲料が中心であり，急須「ない」28.2%，「わからない」13.3%で，急須緑茶を知らない学生も少なくないことを報告している[14]。

それでは令和となった現在，急須緑茶についての若者の意識はどのようなものであろうか以下で検討した。

## 3．調査と分析

### 3.1．調査概要

本研究では，本学学生を対象として質問票調査を行なった。若者が緑茶に対して持つイメージを明確にするため，イメージ（形容詞），飲用理由，飲用場面に関する質問を行った。緑茶飲料（ペットボトル，ティーパック，その他の緑茶）とのイメージの比較するため，同様の質問を緑茶飲料に関しても行った。基本的な属性情報としては，性別，学年，住まい（自宅または下宿）についての質問を設けた。また普段の緑茶の飲用習慣に関する情報も参考になると考えられたため，急須の認知，所持，緑茶を飲む際に利用する機会が多いタイプ，各タイプでの（急須，ペットボトル，その他）の緑茶の飲用頻度，各タイプでの好む度合いについての質問も行っている。

### 3.2．調査データ

本研究での回答者数は216名であった。ここで基本的な属性情報について記述する。性別は，男性90名，女性125名，それ以外1名であった。学年は，1年生が141名，2年生が47名，3年生28名である。住まいは，自宅が194名，下宿が22名であった。

表1　回答者の属性情報の内訳

| 属性 | | N | % |
|---|---|---|---|
| 性別 | 男性 | 90 | 41.7 |
| | 女性 | 125 | 57.9 |
| | 未回答 | 1 | 0.5 |
| 学年 | 1年生 | 141 | 65.3 |
| | 2年生 | 47 | 21.8 |
| | 3年生 | 28 | 13.0 |
| 住まい | 自宅 | 194 | 89.8 |
| | 下宿 | 22 | 10.2 |

### 3.3．若者の緑茶の消費傾向について

1）急須について

急須について知っているかどうかについては「知っている」は91.25%，「知らない」が8.8%であった。急須を家庭で持っているかどうかについては，「持っている」「持っていない」が各50%であった。

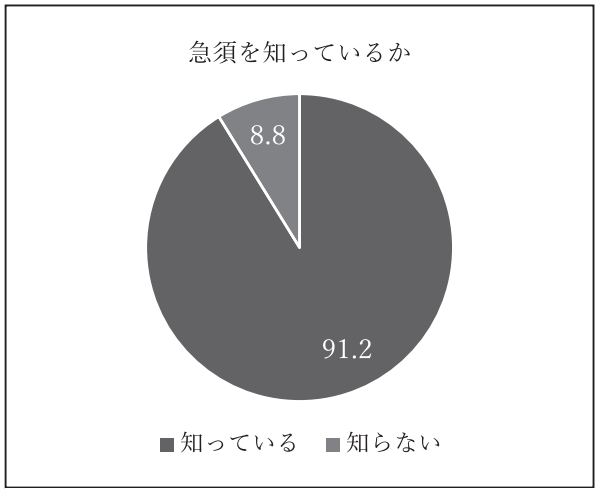


図1　急須の認知について　筆者作成

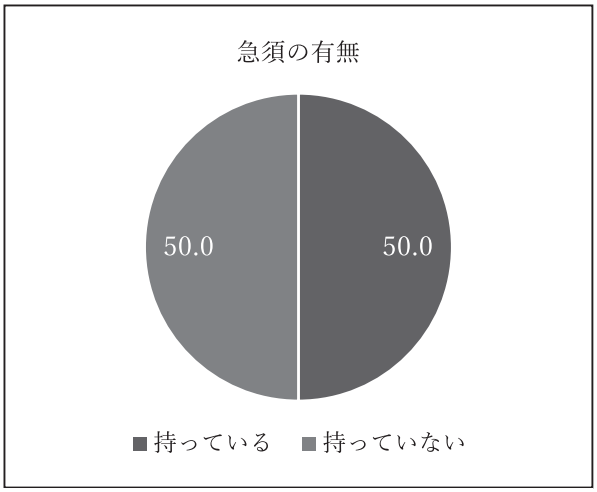


図2　急須の所持について　筆者作成

2）飲用する緑茶タイプ

緑茶を飲用する場合には，そのタイプを飲用するかについては，「ペットボトル緑茶」が72.7%であり，続いて「急須で入れた緑茶[15]」18.5%，「ティーパックの緑茶」7.4%と続いている。

[14] 細川（2020）より。

[15] 質問票調査での質問文は実際に調査に用いた文章の通りに表記し，「急須で入れた緑茶」の表記を用いている。以降も同様の箇所がある。

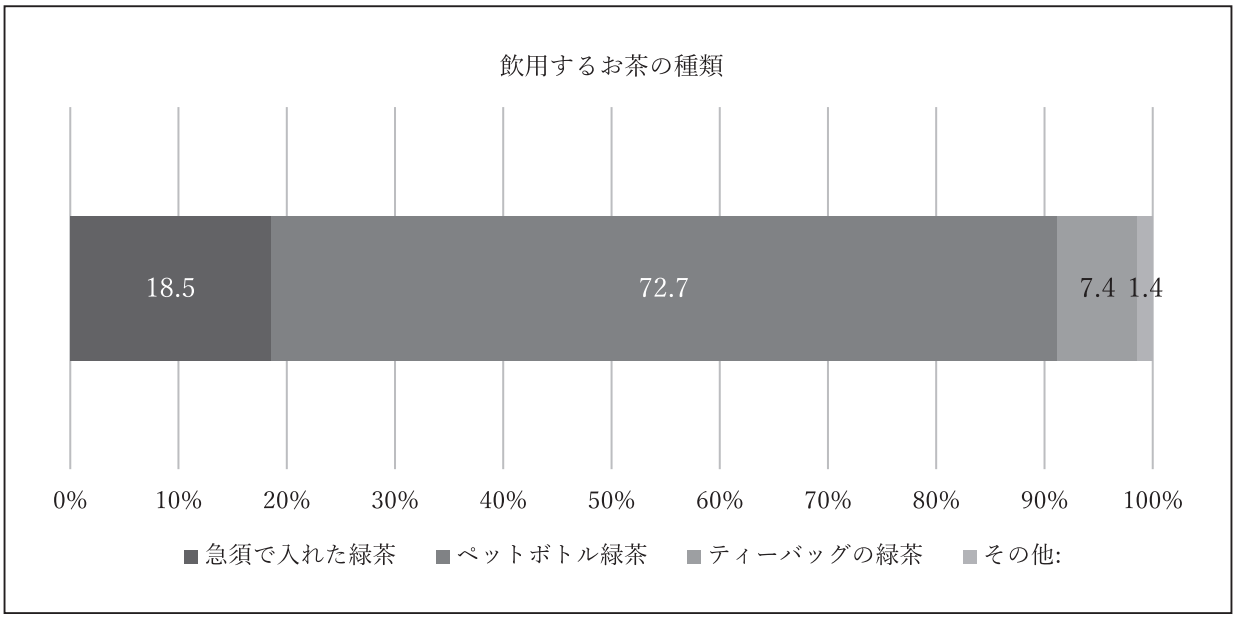


**図３　飲用する緑茶のタイプについて**　筆者作成

3）各タイプの緑茶飲用頻度

急須緑茶を飲む頻度については，「ほとんど飲まない」が73.1%を占め，「月に1～2回」が15.7%と続き，「週に1回」は3.2%，「週に2から3回」は4.6%，「毎日」は3.2%となっている。

ペットボトル緑茶を飲む頻度については，「月に1～2回」の31.0%がもっとも多く，「週に2から3回」が25.9%，「ほとんど飲まない」は20.4%，「毎日」は13.4%「週に1回」は9.3%，となっている。

その他の緑茶の飲用頻度を飲む頻度については，「ほとんど飲まない」55.6%「月に1～2回」が16.2%，「毎日」11.6%，「週に1回」10.2%，「週に2から3回」6.5%となっている。これらの各種類の緑茶飲用頻度についてまとめたのが図4である。

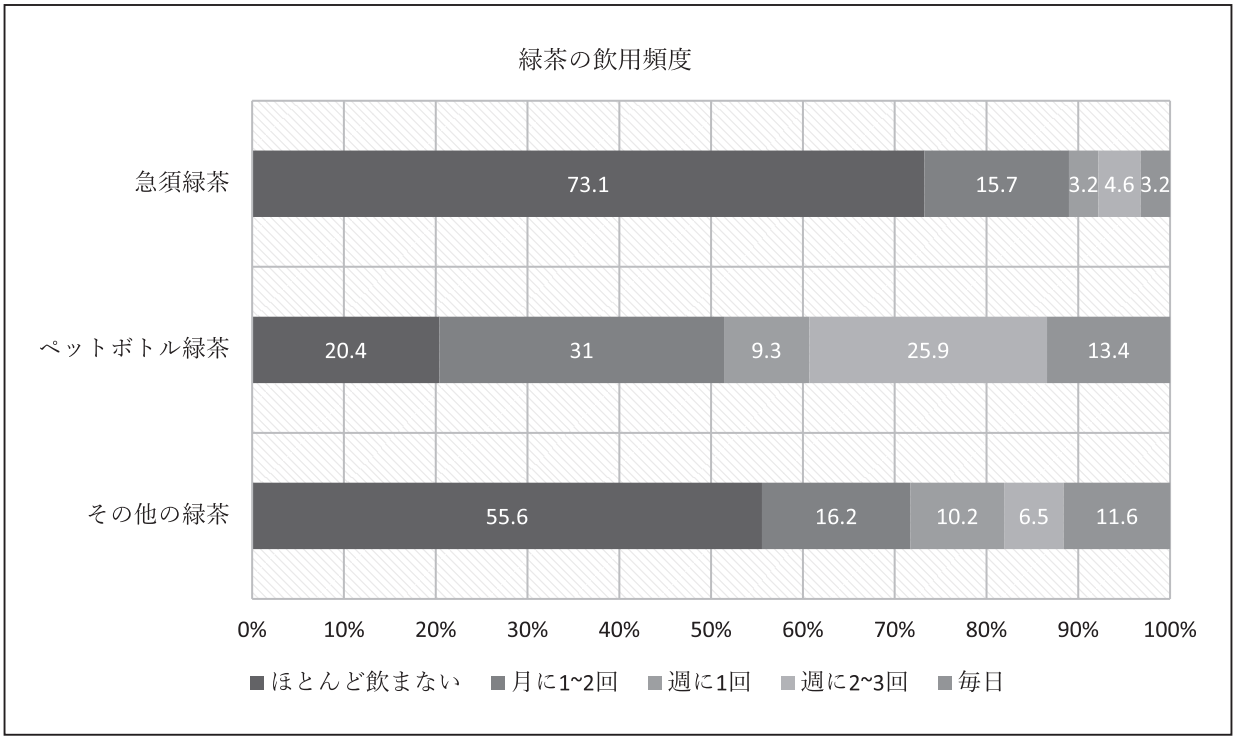


**図４　各種類の緑茶の利用頻度について**　筆者作成

### 3.4. 頻出語の分析

急須緑茶と緑茶飲料について，若者が持っているイメージ（形容詞）の違いを明確にするために頻出語の分析を行う。それぞれの飲料に対するイメージ（形容詞）での回答をKH Coder ver.3.Beta.05（樋口，2020）にて，形態素解析[16]した。具体的には，「あなたは急須で入れた緑茶に対してどのようなイメージを持っていますか。形容詞を3つ思い浮かべ記入してください。」「あなたは緑茶飲料（ペットボトル，ティーパック，その他の緑茶）に対してどのようなイメージを持っていますか。形容詞を3つ思い浮かべ記入してください。」の二つの質問項目から得られた回答の比較である。

今回の形態素分析とその後の分析において，表記ゆれと捉えられる言葉については，同義語の処理を行った[17]。

上記2つの質問への回答のうち，形態素分析にて形容詞に分類される語句の上位20個ずつを取り上げたものが表2である。急須緑茶と緑茶飲料の両グループで見られる語句は，背景を色付けして示してある。上位の語句として，急須緑茶のみでみられたのは，「古い」「深い」「懐かしい」「少ない」「難しい」「堅い」「面倒くさい」である。一方で，緑茶飲料のみで見られたのは「冷たい」「多い」「早い」「軽い」「新しい」「甘い」「手軽い」である。

表2　緑茶に対するイメージにおける頻出語句

| 順位 | 急須緑茶 | 頻度 | 緑茶飲料 | 頻度 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 美味しい | 86 | 美味しい | 92 |
| 2 | 苦い | 79 | 冷たい | 69 |
| 3 | 熱い | 40 | 安い | 54 |
| 4 | 暖かい | 38 | 苦い | 43 |
| 5 | 濃い | 37 | 薄い | 12 |
| 6 | 渋い | 28 | 濃い | 9 |
| 7 | 古い | 19 | 多い | 8 |
| 8 | 美しい | 17 | 早い | 7 |
| 9 | 高い | 15 | 軽い | 6 |
| 10 | 深い | 15 | 渋い | 6 |
| 11 | 良い | 9 | 良い | 6 |
| 12 | 優しい | 7 | 新しい | 5 |
| 13 | 懐かしい | 4 | 甘い | 4 |
| 14 | 少ない | 4 | 高い | 4 |
| 15 | 難しい | 4 | 優しい | 4 |
| 16 | 堅い | 3 | 手軽い | 3 |
| 17 | 面倒くさい | 3 | 熱い | 3 |
| 18 | 安い | 2 | 美しい | 3 |
| 19 | 薄い | 2 | 美味い | 2 |
| 20 | 美味い | 2 | 温かい | 1 |

両グループにおいて見られた語句において，出現頻度がグループ間でほぼ等しいものと，大きく異なるものが見られる。そこで寺島（2009）の方法に基づいて$\chi^2$検定を行ったのが以下の表3である。頻度が5以下の語句も見られるため，イェーツ補正を行った上，算出している。

表3　頻出語の$\chi^2$検定の結果

| 語句 | 急須緑茶 | 緑茶飲料 | $\chi^2$値 | p値 |
|---|---|---|---|---|
| 美味しい | 86 | 92 | 4.19 | 0.041 |
| 安い | 2 | 54 | 66.15 | 0.000 |
| 苦い | 79 | 43 | 4.75 | 0.029 |
| 薄い | 2 | 12 | 8.13 | 0.004 |
| 濃い | 37 | 9 | 11.34 | 0.001 |
| 渋い | 28 | 6 | 9.34 | 0.002 |
| 良い | 9 | 6 | 0.01 | 0.913 |
| 甘い | 1 | 4 | 1.30 | 0.254 |
| 高い | 15 | 4 | 3.47 | 0.063 |
| 優しい | 7 | 4 | 0.07 | 0.798 |
| 熱い | 40 | 3 | 24.36 | 0.000 |
| 美しい | 17 | 3 | 6.11 | 0.013 |
| 美味い | 2 | 2 | 0.08 | 0.771 |
| 深い | 15 | 1 | 8.20 | 0.004 |
| 素晴らしい | 1 | 1 | 0.32 | 0.574 |

上記表から，急須の方が緑茶飲料に比べて頻度が高く，5%水準で有意に差があった語句は，「苦い」「濃い」「熱い」「美しい」「深い」である。一方の緑茶飲料において頻度が高く，5%水準で有意に差があった語句は，「美味しい」「安い」

[16] 形態素解析とは，文章を「意味を持つ最小単位（形態素）」に分割することを指し，KH Coderは，前処理の中で自動的にテキストから言葉を取り出す。この取り出した言葉は「抽出語」と呼ばれる（樋口・中村・周，2022）。

[17] 具体的な処理の項目は，「暖かい」: 'あったかい', 'あたたかい', '温かい', '温まる', 'あたたかい',「飲まない」: '飲まない', '飲んだことがない', '飲みません',「良い」: 'いい',「安い」: 'やすい',「面倒くさい」: '面倒臭い', 'めんどくさい',「美味しい」: 'おいしい',「熱い」: 'あつい' である。

「薄い」である。残りの「良い」「甘い」「高い」「優しい」「美味しい」「素晴らしい」の語句には両グループ間で有意な差が見られなかった。

ここまで，急須緑茶と緑茶飲料でのイメージの違いを思い浮かべられる形容詞の頻度の違いで見てきた。これにより，グループに固有のイメージや共通するイメージ，両グループのイメージとして挙げられるが有意に頻度に差がある語句が明確になった。

### 3.5. 共起ネットワーク分析

すでに急須で緑茶を飲む習慣が薄れつつある現代においても，急須緑茶を飲んでいる若者たちがどのようなイメージ，理由，場面において飲用しているのか，さらに深掘りして急須緑茶に対する意識を捉えたい。そこで，すべての回答データを用いて，急須緑茶のイメージを共起ネットワーク分析[18]した結果が図5である。

今回，分析対象は記述回答のうち最低2回登場した単語とし，単語と単語の共起関係を意味するJaccard係数は0.1以上に設定している。重要なつながりをわかりやすくするため，最小スパニングツリーのみの表示としてる。抽出する品詞は，既定値の設定[19]とした。質問票における質問文では形容詞で答える指示となっていたが，回答結果ではそれ以外の品詞の回答も多数存在した。ここでの分析の目的は，若者が急須緑茶に対して持つイメージをより深く理解することである。そこで，厳密に形容詞のみを分析することよりも実態に基づいてデータに忠実に捉えることを優先し，有用な語を広く抽出できる既定値での分析とした。

図5を見ると，「美味しい」という語の頻度が高く，0.20，0.16，0.12と係数が高い順に「苦い」「暖かい」「渋い」と結びついていることがわかる。苦みや温もりに対して美味しさが感じられているようである。その他には，濃いやコクなど

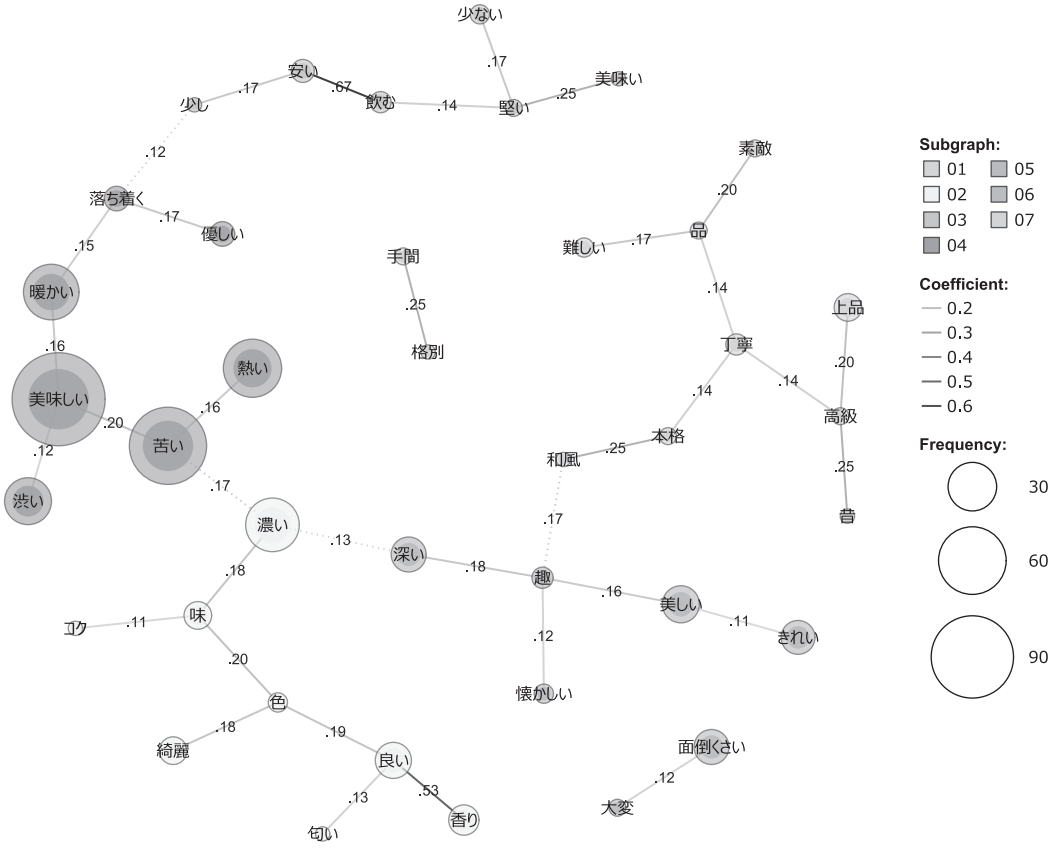


図5　急須緑茶のイメージの共起ネットワーク分析結果　　KH Coderを用いて筆者作成

[18] 同じ文章の中で一緒に使われることを共起すると言い，共起ネットワークとは，よく一緒に使われている語同士を，線で結んだネットワークを意味する（樋口・中村・周，2022）。

[19] KH Coder ver.3.Beta.05で既定値の設定となっている品詞は，名詞，サ変名詞，形容動詞，固有名詞，組織名，人名，地名，ナイ形容，副詞可能，未知語，タグ，感動詞，動詞，形容詞，副詞，名詞Cである。

も味に関連する語として関連が示されている。「良い」という語に「香り」が0.53,「匂い」が0.13の係数で結びついている。香りの係数は比較的最も高く,「良い」という語が頻繁に「香り」と結びつけられていることがわかる。「品」と「難しい」,「手間」と「格別」が関連していることから．格調高く近寄り難いイメージが持たれている可能性がある。「趣」は「美しい」「深い」「懐かしい」と関連しており，趣がある雰囲気には好意的な印象を持たれていることがわかる。

次に急須緑茶を飲む場面と理由について，外部変数として急須緑茶を好む度合いを設定し，コレスポンデンス分析（対応分析）を行った（図2，図3)。抽出語は記述回答のうち最低2回登場した単語とし，対応分析の対象は上位60語としている[20]。

図6は，急須緑茶を飲む場面について，好みの5段階評価を外部変数として，コレスポンデンス分析を行った結果である。同図から，成分1は,「好き」「やや好き」と「やや嫌い」の位置関係から急須緑茶の好みや好感度に関する次元を表し，成分2は，伝統的・家庭的と現代的・外出の次元を表していると解釈できる。成分2が高い語句では,「カフェ」「お菓子」「店」「お客様」と現代的か外出に関連する急須緑茶の飲み方の状況を示している。成分2が低い語句では,「祖母」「祖父母」「お寺」「落ち着く」など伝統的・家庭的な急須緑茶の飲み方の状況を示している。

最も頻度の高い語句は「家」であった。ただし，この語句は比較的に原点近くに位置しており，あまり好みによる差がない語句と考えられる。「お菓子」「入れる」「家族」などの語句は，急須緑茶が「好き」な人に多い語句だと考えられる。「入れる」は「おばあちゃんにいれてもらったとき」「祖母が入れてくれるから」などの文章から抽出されており，こうした状況が好まれていることがわかる。「和菓子」「食後」「食べる」なども「好き」「やや好き」の方向にプロットされている。和菓子を食べる際や食後に飲む行動も好まれている様子である。一方で,「葬式」「人」「出す」などは「どちらでもない」や「やや嫌い」に近い方向に見られる語句である。この「出す」の語句は,「どこかに行った時に出された時」「お

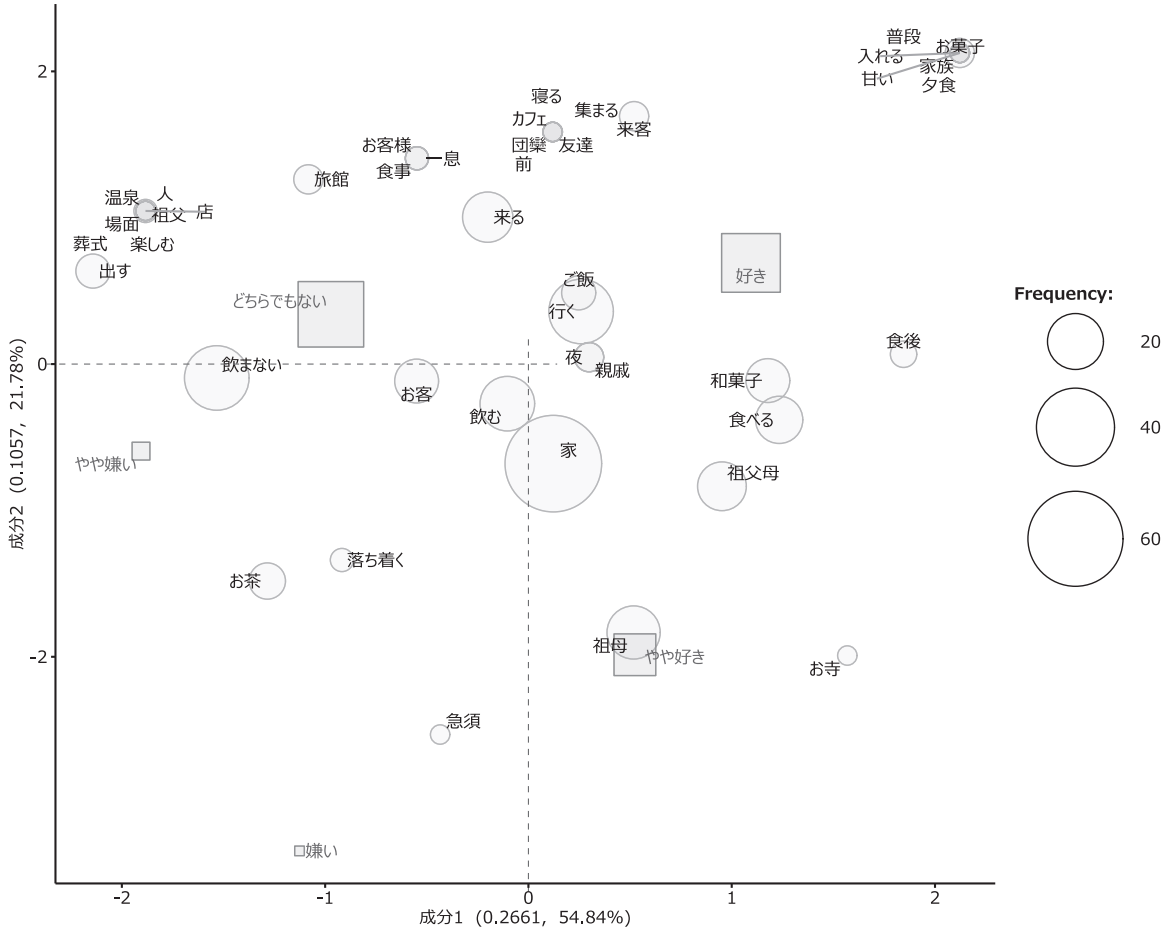


図6　急須緑茶を飲む場面のコレスポンデンス分析　　KH Coderを用いて筆者作成

[20]「飲む」という語は多く抽出されたが，逆の意味の「飲まない」も含めてカウントされていたため,「飲まない」という語句で強制抽出し，2つの語を区別した。

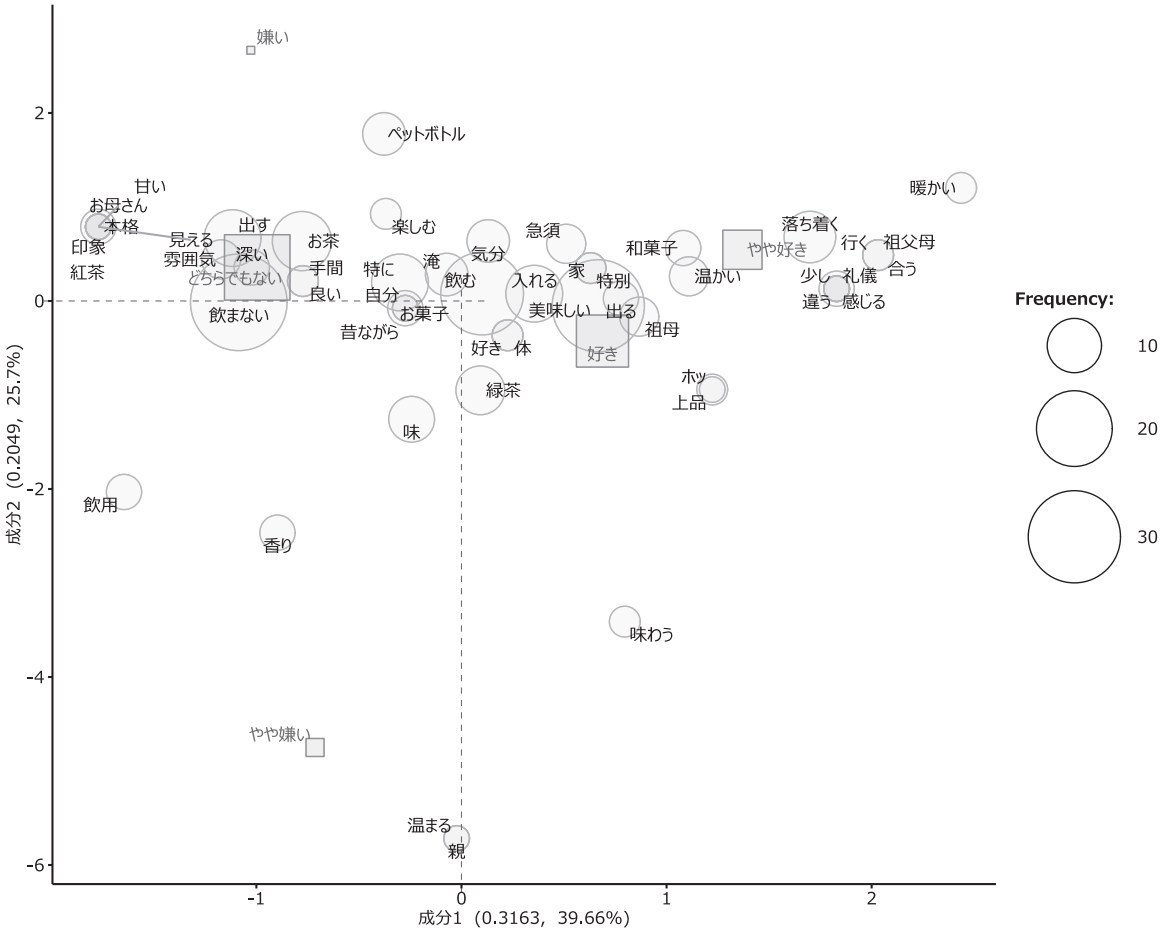


図7　急須緑茶を飲む理由のコレスポンデンス分析　　KH Coderを用いて筆者作成

客さんにお茶を出すとき」「誰からの家で出されたら」などの文章から抽出された語句である。「出す」「出される」は必要に迫られて義務的に行っており，それがマイナスのイメージに繋がってると解釈できる。葬式や人が来るという語句と近いことからも，暗い場面や受動的で堅苦しい場面で飲む機会が多いと「やや嫌い」な印象に繋がると考えられる。

図7は，急須緑茶を飲む理由について，好みの5段階評価を外部変数として，コレスポンデンス分析を行った結果である。同図から，成分1は，好みや評価に関連した軸で，成分2は，急須緑茶を飲む理由の種類に関する軸であると解釈できる。成分1が高い語句では，「美味しい」「好き」など好意的な評価や好きな理由と示すものが多い。一方で，成分1が低い語句では，「飲用しない」「嫌い」「やや嫌い」「どちらでもない」などあまり積極的に飲んでいない理由を示すものが多い。成分2が高い語句では「ペットボトル」「雰囲気」「和菓子」など状況やシーンに関する理由を示している。一方で，成分2が低い語句では「香り」「味わう」「味」「暖かい」など急須緑茶そのものの味や感触に関する理由を示している。

「やや好き」や「好き」の方向に特徴づけられるのは，「暖かい」「祖父母」「落ち着く」「合う」「感じる」「上品」などである。家族との暖かい場面やお菓子に合う，体によいと感じる，上品さなどが好まれる主な理由であることがわかる。

「どちらでもない」や「嫌い」の方向に，「甘い」「印象」「紅茶」「ペットボトル」などがプロットされている。「甘い」は「甘さを軽減するため」「お菓子の甘さを緑茶の苦さで中和するため」という文章から抽出されている。つまりそもそも和菓子など甘いものが好きでなく，それを緩和するために飲用していることがわかる。「印象」は「しっかりとしている印象を得るため」という文章からである。つまりお作法として飲用していることがわかる。「紅茶」は「紅茶を淹れる時と感覚は変わらないが，紅茶の方が好きなのであまり淹れない。けどお客さんが飲みたいと言った場合のみ飲む。」という文章から，「ペットボトル」は「ペットボトルのお茶がないから」「ペットボトルとは少し味が違って，たまに飲みたくなるから」「ペットボトルより本格的な味がするため」などの文章から抽出されている。つまり紅茶やペットボトルなど他の飲料を普段飲むことを好んでいることがわかる。

## 4．考察

前章において，共起ネットワーク分析とコレスポンデンス分析を行った結果から，現代の行動様式における若者の急須緑茶に関する飲用の実態と可能性について考察する。

急須緑茶のイメージに関する共起ネットワーク分析からは，「美味しい」と「苦い」や「暖かい」，「渋い」が結びついていることがわかった。これらが最も頻度の高いイメージであった。「趣」や「美しい」，「深い」，「和風」など，日本の伝統や文化に関連しており，ペットボトル飲料とは異なるイメージも持たれていることがわかった。「大変」と「面倒くさい」の繋がりも見られ，急須で緑茶を入れるのは手間を要するイメージが持たれていることも読み取れた。

急須で緑茶を飲む場面の対応分析では，同じ急須緑茶を入れてもらう行為でも，人物によって評価が異なっていた。「お婆ちゃん」が入れてくれるは「好き」の方向にあり，「人」，「出す」は「どちらでもない」か「やや嫌い」の方向にある。元の文章では「人が来た時」や「誰かの家で出されたとき」となっている。つまり，親しみある人物から入れてもらうと好ましい印象になる。もしくはあまり親しみない人が来る／誰かのところに行く場面でしか急須緑茶を飲む機会がない人にとって堅苦しい場面に登場する飲み物になっている。和菓子や食後を場面として想定した人は，急須緑茶を好んでいることも分かった。

急須で緑茶を飲む理由の対応分析をもとに，急須緑茶を好む人が飲む理由について考察をすると，好む理由と該当する語句から，1. 味の楽しみ：「美味しい」「味」など，急須緑茶の味を楽しむこと，2. 健康やリラックス効果：「暖かい」「落ち着く」「気分」「体」「感じる」などリラックスし，健康に良いと感じること，3. 日本の伝統や文化：「昔ながら」「礼儀」「和菓子」など，日本の伝統や文化に根ざしていること，4. 家族やお菓子のシーン：「祖母」「祖父母」「家」「入れる」「お菓子」など，家族との団欒の時間やお菓子を楽しむシーンが好きなこと，5. 上品さや品質：「上品」「特別」など，急須緑茶の上品さや特別な味わいを楽しめること，と複数の理由に分けられる。

こうした要素に全く興味がない若者に対して急須緑茶を訴求することは困難であるかもしれない。しかし，現代の若者からこれらの語句があげられたことから，急須緑茶が持つ効果や価値については，ある程度認識されていると考えられる。ただし，個食やコストパフォーマンス，タイムパフォーマンスといった流行の価値観とは真逆の様式であるため，頻度として低くなるのは避けられない結果とも言える。家族や和菓子とゆっくり味わい，体を暖めるような伝統的・文化的な飲用スタイルを再評価し，再提案することで，市場拡大の機会が生まれる可能性がある。

## 5．まとめ

今般の大学生を対象とした調査では，急須自体を知っているが家庭内に急須はなく，急須緑茶を飲む機会は多くはない。緑茶といえばむしろペットボトルの緑茶飲料を想起するのが普通になりつつもある。今回の調査でも，同様に緑茶飲料の飲用機会が多い結果が見られたが，急須に関する認知は，91%と高く，半数は所持しているという結果であった。

テキストマイニングを使ったイメージの調査では，急須緑茶に関して，味では苦い，渋い，その行為に関しては，大変，面倒くさい等のネガティブなワードもあらわれてきた。

その一方で「趣」「美しい」，「深い」，「和風」の日本文化と関連する語が出てきており，家族での団欒の場や祖母などの人や思い出を想起するポジティブなワードも回答されている。

ペットボトルの緑茶が広く普及した我が国においては，緑茶をカテキンやテアニンなどの成分を含んだおいしい飲料と考えれば，急須緑茶や急須でいれるという行為は，むしろ非効率なものであるのかもしれない。しかし，急須で入れる行為自体が継承されなくなれば，緑茶に関して今回抽出された上記のポジティブなワード，特に団欒の場や人との思い出も想起されることは少なくなっていくであろう。ネガティブな大変さや面倒くささを解消しつつ，急須で緑茶を入れるという行為の継承の仕方も考えていきたいものである。そのため，若い世代が感じる面倒くささを解消するアプローチが必要とされている。

本研究の貢献は，現代における若者の急須緑茶を飲む際の行動様式やイメージ，飲用場面，飲用理由を調査し，急須緑茶を好きな若者が好むスタイルについて洞察を得たことである。急須緑茶の美味しいイメージは「苦い」「暖かい」「渋い」といった語に結びついており，急須緑茶好きな若者が挙げる場面としては「お菓子」「祖父母」「食後」，理由としては，「（和菓子に）合う」「上品」「（体によいと）感じる」「暖かい」「落ち着く」「祖父母」などが挙げられた。

考察では，現代においても，家族との団欒，親しい人との時間をより暖かくする，よい時間にするものとしての急須緑

茶の可能性が考えられた。集まって囲んでお茶を入れて飲むという一連の行為の重要性も考えられた。

課題としては，回答者の属性として，やや下宿生の割合が少ないことである。ただし，これは自宅生という現代でも家族とのつながりが強く，急須緑茶に触れる機会がある学生にアプローチできたとも考えられる。また今後の課題として，今回確認されたリラックス効果，家族との時間，お菓子の時間，日本文化などの急須緑茶が持つポジティブな要素は，現代社会で失われつつある行動でもある。これらの行動が，どのような精神面での効用，身体へのポジティブな効果を持つかなどを効果測定や検証することが必要である。他には，伝統的な消費スタイルを維持できている財とそうでない財で比較研究を行うことで，伝統的な行動様式の維持に有用な要素を分析できる可能性も考えられる。

## 参考文献


石川尚子・北村由紀子・加藤征江（2003）「郷土料理に対する富山大学学生の意識調査」『日本調理科学会誌』, 36(4), pp.421-430.

伊藤園公式ホームページ「日本でのお茶の歴史」（http://www.ocha.tv/history/japanese_tea_history/）（2023年5月15日最終閲覧）

木村栄美（2016）『喫茶の歴史（茶道教養講座）単行本』淡交社。

関千代子・加藤栄子・岩瀬靖彦・君羅満・高橋東生・飯樋洋二・赤羽正之（1997）「女子短大生とその両親の飲料摂取の実態」『栄養学雑誌』, 55(6), pp.315-326.

寺嶋弘道（2009）「日本語教育語彙を選定するための統計的指標―尤度比検定，カイ2乗検定，イェーツの補正公式の特徴」『ポリグロシア』, 17, pp.71-83.

統計で見る日本（2022）「総務省『総務省家計調査』」（https://www.e-stat.go.jp/stat-search）（2022年3月24日最終閲覧）

橋本素子（2016）『日本茶の歴史（茶道教養講座）』淡交社。

早川史子・前田昭子・野呂裕子・南幸・日比喜子・田村義保（2002）「女子学生の飲み物の飲用状況と意識の地域別10年間の比較」『日本食生活学会誌』, 13(3), pp.174-182.

原田まつ子・関口紀子・加藤栄子・東愛子・斉藤禮子・下川千代子・五十嵐益恵・副島敏子・三石禮子・高木廣文（1998）「親子の飲行動に関する一考察 女子大生とその両親」『日本食生活学会誌』, 8(3), pp.48-59.

樋口耕一（2020）『社会調査のための計量テキスト分析［第2版］―内容分析の継承と発展を目指して―』ナカニシヤ出版.

樋口耕一・中村康則・周 景龍（2022）『動かして学ぶ! はじめてのテキストマイニング: フリー・ソフトウェアを用いた自由記述の計量テキスト分析KH Coderオフィシャルブック II』ナカニシヤ出版.

深澤早苗・関戸元恵（2021）「女子短期大学生の「日本型食生活」に対する意識と食生活状況との関連」『山梨学院短期大学研究紀要』, pp.171-179.

細川裕子（2012）「短大生の食生活に対する意識と実態」『目白大学短期大学部研究紀要』, 48, pp.27-39.

細川裕子（2020）「大学生の緑茶の嗜好と意識」『目白大学短期大学部研究紀要』,（56）, pp.1-12.

本田真美・足立己幸（1989）「日本茶の飲用実態と食事 埼玉県坂戸市内中学生の場合」『栄養学雑誌』, 47(5), pp.241-249.

吉村亨・若原英弌（1984）『日本の茶―歴史と文化（茶道文化選書）』淡交社

亘理ナミ・吉中哲子・岩倉さち子・綿きみ子（1981）「行事食からみた食生活の動向（第1報）.」『家政学雑誌』, 32(6), pp.479-487.